

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет міжнародних відносин  
Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

РОЗРОБКА ЖУРНАЛУ ПРО ФОТОГРАФІЮ «КАДР»

Виконавець: Сокальська Анастасія Сергіївна \_\_\_\_\_

Керівник: канд. пед. наук, доц.

Васьківська Олена Євгеніївна \_\_\_\_\_

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна \_\_\_\_\_

Київ – 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1 .....	5
СТАНОВЛЕННЯ ДРУКОВАНИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ ПРО ФОТОГРАФІЮ .....	6
1.1. Історія становлення та використання фотографії у періодичних виданнях ..	6
1.2. Особливості журналів про фотографію: вітчизняний та міжнародний досвід .....	12
1.3. Сучасний стан та перспективи періодичних видань про фотографію. ....	19
Висновки до розділу 1 .....	23
РОЗДІЛ 2 .....	25
РОЗРОБКА ЖУРНАЛУ ПРО ФОТОГРАФІЮ «КАДР».....	25
2.1 Планування та етапи розробки журналу про фотографію .....	25
2.2 Технічні характеристики та дизайн журналу «Кадр» .....	30
2.3. Визначення цільової аудиторії та просування журналу на ринку України .....	32
Висновки до розділу 2 .....	35
ВИСНОВКИ.....	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Сучасний підхід до фотографії став доволі примітивним і упрощуючим, суспільство все більше перестає сприймати фотографію як справжню професію, цінний вклад людини у мистецтво. Тенденція знецінення фотографічного процесу та фотографії як такої спостерігається в усьому світі. Це спричинено тим фактом, що наразі ми живемо у вік технологій та прогресу, через що процес зйомки стає дедалі простішим, все більше людей з сучасними смартфонами в руках перестають сприймати фотографування як тонку, творчу професію, а сприймають мистецтво фотографії як хоббі, не беручи до уваги його складність та сенс. Люди перестали поважати довгий та сповнений перепонами шлях людей, які зробили цей процес створення знімку легшим, таким доступним яким він є сьогодні.

Проблема знецінення фотографії йде нога в ногу із зменшенням аудиторії періодичних видань, коли все більша частина суспільства переключилася на світ Інтернету та соціальних мереж, перестала заглиблюватись у саму суть наданої інформації та бути уважною до деталей. Суспільство почало шукати швидкі та дуже прості шляхи для отримання естетичного задоволення та задовільнення своїх потреб у інформуванні. Люди у всьому світі прагнуть до швидкого отримання інформації як текстової, візуальної, так і у аудіо форматі. Прагнення до упрощення та небажання витратити час на освоєння запропонованого породжує надто поверхове, узагальнене бачення картини та розуміння речей.

Популярним у сучасній журналістиці є використання зображень, які відіграють роль не лише естетичної прикраси, а й ілюстративного додатку до тексту. Для більшості журналістів фотографія є засобом документального відтворення дійсності, самостійною візуальною інформаційною одиницею. У своїй роботі медійники використовують різні методи збору та подачі матеріалу. Провідне місце серед них займає фотографія. Часто журналісти використовують

фотоапарат і механічно знімають усе. Те, що «люди збентежені», або «подія динамічна», глядачеві стане зрозуміло зі зроблених кадрів, але якщо репортер-документаліст докладе зусиль, віднайде деталі й символи події, то на фотографіях з'явиться і атмосфера цього місця, і характери людей, динамічність. Якщо подія розвивається в часі за своїм сценарієм, то від бажання репортера залежить, що саме потрапить в кадр, яку точку зйомки він вибере, в який момент упіймає потрібну мить.

Теоретично-методологічна база дослідження складається з досліджень та робіт на цю тему видатних діячів що присвячені власне фотографії і праці про дослідження нових медіа. Серед авторів як молоді практики, так і визнані дослідники в галузі фотожурналістики. Зокрема, Н. Зикун, О. Трачун, Б. Черняков, Ю. Шаповал, та інші [2, 8, 11, 13]. Дослідженням сучасної прес-фотографії займаються також фотожурналісти і фоторедактори М. Дондюк, О. Лапін, С. Максимішин [23, 5, 6].

**Мета дослідження** полягає у вивченні основних функцій фотографічної справи у періодичних виданнях, аналізі найбільш доцільного розташування фотографій у журналах та газетах, їхньої ролі та естетичного значення.

Мета дослідження зумовлює вирішення наступних **завдань**:

1. Проаналізувати історію використання фотоілюстрацій у періодичних виданнях
2. З'ясувати роль та важливість використання ілюстрацій у періодичних виданнях як інструменту впливу на читача
3. Вивчити основні принципи розміщення фотопублікацій на сторінках журналів та газет
4. Створити власний журнал про фотографію «Кадр».

**Об'єктом дослідження** є фотоілюстрація у газетах та журналах.

**Предметом дослідження** є теоретично обґрунтоване створення власного журналу про фотографію «Кадр».

**Методи дослідження** складаються з загальнонаукових методів пізнання, аналізу даних та синтезу зібраних матеріалів, а також принципів дизайну,

верстки і системності, узагальнення висновків. Багатоаспектність теми зумовила використання ретроспективного методу, що допомогло викласти матеріал послідовно і логічно.

**Наукова новизна** роботи полягає у дослідженні значення та ролі фотографії у друкованих виданнях у історичному дискурсі питання, у вивченні та аналізі еволюції сенсів та меседжів фотопублікацій для сучасного суспільства.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у тому, що одержані висновки можуть бути використані студентами під час створення бакалаврських проєктів задля ефективного розміщення в них фотоілюстрацій та викладачами для підготовки лекційних матеріалів щодо кращого розуміння специфіки фотографії як самостійної одиниці у журналах та газетах.

**Апробація результатів дослідження.** Зміст і результати дослідження висвітлювалися у виступі на XXI Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки» (Київ, 2021).

**Публікації** Основні положення дипломної роботи було викладено в публікації:

- Sokalska A. Photo illustration as an important element of the design of newspapers and magazines //POLIT. Challenges of science today. Kyiv: National aviation university, 2021. P. 356 - 358.

**Структура й обсяг роботи.** Робота складається зі вступу, 2 розділів, 6 підрозділів, висновків до кожного з розділів, основних висновків й списку використаних джерел (40 джерел) і 3 додатків. Загальний обсяг роботи становить 48 сторінок, основний текст викладено на 42 сторінках.

## СТАНОВЛЕННЯ ДРУКОВАНИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ ПРО ФОТОГРАФІЮ

### **1.1. Історія становлення та використання фотографії у періодичних виданнях**

Відколи фотографія стала одним з способів відображення дійсності, а фотографії стали більш чіткими та якісними, вона стала тісно пов'язана з газетами. Фотографія допомагає краще інформувати читача, відкриває для нього завісу події, доповнює зміст самої статті. Так з'явилась «The illustrated London News» - перша найпопулярніша ілюстрована газета, яка пізніше стала журналом (див. додаток А). Вона була створена британським видавцем Хербертом Інграмом, який помітив, що газети з ілюстраціями стали дуже актуальними та продаються набагато краще і вирішив створити свою [39].

Перший випуск газети світ побачив 14 травня 1842 року. У газеті містилися новини, зокрема у першому випуску там можна було знайти інформацію про Першу англо-афганську війну, аварію поїзда у Франції, звіти про злочини та рекламні сторінки. Одними із авторів, які публікувалися у газеті, були відомі Томас Гарді та Гілберт Кіт Честертон. Перший тираж газети становив 26 тисяч примірників. Проте популярність газети росла, фотографії, яку публікувалися у виданні, були цікаві суспільству, тому вже у 1855 році тираж газети перевищив 200 тисяч екземплярів. Загалом газета виходила до 2003 року [39].

Другою популярною газетою, яка з'явилась всього на рік пізніше, у 1843 році, була французька «Llustration». Видання цієї газети здійснювалося у Парижі до 1944 року. На її сторінках містилася інформації про абсолютно різні сфери життя: науки, релігії, інформація про виставки, відомі події, відкриття, політичне життя різних держав і т.д. «Llustration» виділялася тим, що висвітлювала події не тільки всередині країни, але й новини світового масштабу, розповідала що

відбувається у інших країнах. Таким чином це була перша газета, яка висвітлювала події липня 1917 року в Росії, а саме розстріл демонстрантів [23].

Золотим віком фотожурналістики, а отже і фотографії у періодичних виданнях, називають 30-50 роки 20 століття. Це пов'язано зі швидким розвитком фотографічної справи, а також появою камери Лейка, яка з'явилась у 1925 році. Таким чином з'явився новий вид газети - газети, яка вміщує у собі велику кількість фотоілюстрацій, які розповідають не менше, а в деяких випадках можуть бути навіть більш інформативними ніж сама стаття, текст. Прикладом такого журналу також став німецький журнал «*Berliner Illustrierte Zeitung*» (див. додаток Б), який виходив у Німеччині з 1892 по 1945 рік. Цей журнал зробив певну революцію у світі періодичних видань - з 1901 року у середині журналу почали друкувати фотографії [31].

Якщо раніше фотоілюстрацію можна було побачити на обкладинці журналу, у 1901 році це стало можливим і для самого наповнення випуску. Нові технології, що дали змогу друкувати широкоформатні та якісні фотографії у газетах та журналах, посприяли появі незвичайних на той час ілюстрованих видань. Так і з'явився новий формат - ілюстрований новинний журнал. Цей журнал став першопрохідцем, який започаткував використання фотографії як окремого інформаційного ресурсу, він мав окремий спеціальний підрозділ працівників, які займались зображеннями, робили перші відверті зображення на нові невеликі камери, а також журнал мав свою фототеку. Початок існування видання припадає на 1894 рік. Ціна журналу була невеликою відносно інших видань, тому він був доступним для багатьох людей і користувався популярністю. У 1919 році на обкладинці журналу «*Berliner Illustrierte Zeitung*» з'явилась фотографія німецького президента Фрідріха Еберта та міністра оборони Густава Носке у плаваннях, на узбережжі Балтії. Ця фотографія тоді викликала неоднозначне сприйняття суспільством, ходили дискусії щодо коректності та пристойності публікації таких знімків державних діячів. Проте головний редактор журналу проводив тоді паралель життя фотографії із розвитком кіно, він був певний що саме завдяки розвитку кінематографу стає популярним зображення людей у

неформальних умовах, такими які вони є у повсякденному житті. Тоді він разом з Куртом Шафранським шукав репортерів, які б змогли розказати історію за допомогою фото. Одним з них був спортивний фотограф Мартін Мункачі, який став першим штатним фотографом журналу.

Також у журналі працював Еріх Заломон - один з засновників фотожурналістики, відомий завдяки своїм нестандартним методам використання фототехніки для створення портретів відомих людей у неформальній обстановці. Заломон був фотографом, який використовував найсучаснішу техніку, невелику камеру Ermanox. Це була нова, невеликого розміру по відношенню інших фотоапаратів того часу камера з дуже світлочутливим об'єктивом, який дозволяв робити фотографії з рук, не використовуючи спеціального обладнання типу штатива або фотоспалаху, навіть у приміщеннях зі слабким світлом [33].

Еріх Заломон підписав ексклюзивний контракт з німецьким журналом «Berliner Illustrierte Zeitung» і брав участь у зйомці світових лідерів на зустрічах, а також робив фото-есе про дивовижне життя у Америці, зокрема знімав як люди купують їжу у автоматах. За часів Третього рейху видання стало частиною Міністерства пропаганди Йозефа Геббельса, і з початком війни раніше неполітичний журнал почав писати про перемоги Німеччини у війні [31]. Один із відомих фотокореспондентів на ім'я Еріх Борхерт на початку 1941 року був об'єднаний з військами Ервіна Роммеля для виготовлення агітаційних фотографій кампанії в Африці разом із кінематографістом та художником.

Журнал «Portfolio» відомий також як «The Magazine of the Fine Arts», виходив щомісяця з 1979 по 1983 рік. Редактором та видавцем журналу був Едвін Гросвенор, який також працював редактором у іншому журналі під назвою "American Heritage". Цим журналом також займалися редактори, серед яких були Олександра Андерсон, Деніз Мартін, Ізольда Мак-Ніхол та Картер Вайсман. Перший випуск був опублікований у квітні 1979 р. зі статтями таких авторів як Хілтон Крамер, Чарльз Моффетта та Колін Ейслер.

«Portfolio» охоплювало європейський та американський живопис, фотографію, архітектуру та незахідне мистецтво. Він орієнтований на широку



аудиторію, радше на науковців чи інсайдерів мистецтва. «Portfolio» звертається до таких людей, як я, які є колекціонерами, а не науковцями. Так заявляв читач The New York Times Малкольм Форбс. «Це різносторонньо та чудово зроблено, допомагає розширити мій кругозір» - коментував він. Серед редакторів були Пол Голдбергер, Лінда Нохлін, Роберт Розенблум та Вінсент Скаллі. Серед інших авторів були Кеннет Кларк, Майкл Коу та інші. «Newsweek» - американський щорічний щоденний журнал, який видавався у Нью-Йорку з 1933 аж по 2012 рік. Журнал був дуже популярним і тому розповсюджувався не тільки по Америці, але й усьому світу. «Newsweek» був другим великим щоденним журналом в США, поступаючись журналу «Time» за своїм тиражем та прибутком від реклами. На даний момент існує в електронному форматі і має свій сайт [35].

«Newsweek» був запущений у 1933 році Томасом Мартіном, колишнім редактором відділу зарубіжних новин головного конкурента, відомого журналу «Time», і довгий час журнал видавався в такому самому вигляді, форматі. Томас Мартін отримував фінансову допомогу рядом американських акціонерів, серед числа яких були Уорд Чейні, Джон Хей Уітні та Пол Меллон. Група цих акціонерів інвестувала близько 2,5 млн доларів, чим значно посприяла розвитку журналу та його подальшому успіху. На початку 1937 року журналом зацікавилися у майбутньому губернатор міста Нью-Йорк та дипломат Вінсент Астор. У 1932 році вони разом заснували видання «Today» Вільям Гарріман, майбутній губернатор Нью-Йорка і дипломат, та Вінсент Астор з видатного роду Асторів, які у 1932 році заснували щотижневик Today. Згодом ці два видання були поєднані в одне, назва залишилась саме «Newsweek». З приходом Гаррімана та Астора журнал отримав ще 600 тисяч інвестицій. Станом на 1946 рік до найбільших акціонерів приєдналися також банкір Стенлі Чайлдс і юрист з Уолл-стріт Уілтон Ллойд-Сміт. «Newsweek» був головним конкурентом журналу «Time», який би мав дистанційний вплив на грамотних читачів за межами Нью-Йорка, яким були не цікаві ненасичені та часто скупі на цікаву інформацію провінційні газети. У цьому журналі довгий час працював всесвітньо відомий

фотожурналіст Уільям Юджин Сміт. Він був представником документальної фотожурналістики, хоча часто його роботи піддавалися критиці через те, що деякі вважали його погляд на події доволі суб'єктивним. Сам він казав про свої роботи: «Я не зробив жодної фотографії - хорошої чи поганої, - не заплатив за це власним душевним спокоєм» [26].

Американський фотожурналіст не прагнув зберегти об'єктивність у процесі зйомки. Він намагався передати особисто свій, тобто суб'єктивний погляд на ситуацію, що відбувається навколо нього, розкрити глядачу своє уявлення про неї, своє сприйняття. Він відчував відповідальність за висвітлення інформації про них перед глядачем. У Юджина часто виникали конфлікти з роботодавцями, які не вважали за необхідне опублікувати деякі його роботи і часто воліли віддати на друк ті знімки, які за думкою самого творця не заслуговували на розміщення в журналі. Він надавав перевагу іншим своїм роботам. Дуже часто він припиняв співпрацю з виданнями не дивлячись навіть на великі гонорари, які були запропоновані йому редакціями. Адже почуття відповідальності за свої роботи та правильне висвітлення подій були для нього важливіші за гроші, він завжди відчував відповідальність перед читачами [26].

Загалом Юджин Сміт висвітлював події Другої світової війни через свою камеру. Він працював фотокореспондентом та знаходився на передовій лінії настання американців на Японію. Саме під час тих подій на острові Окінава Юджин ризикував життям заради хороших знімків і через це був серйозно ранений. Як наслідок на нього очікувало довге лікування терміном аж на два роки і пересення 32 операцій. Проте навіть після цього він продовжував працювати фотожурналістом і зробив свій великий внесок у журнал «Life». Але через певний час у нього також виникли протиріччя з редакторами журналу. це стосувалося його фоторепортажу про Альберта Швейцера. У Юджина була власна думка щодо діяльності цього чоловіка, яку він намагався показати у своїх знімках, і які редакція журналу не допустила до випуску. Через цей конфлікт Сміт звільнився з журналу та покинув його у 1955 році [26]. Окремої поваги заслуговує його робота над висвітленням проблеми роботи

заводу у Японії, який через свої викиди ртуті масово травив людей, через що ті сильно хворіли та помирали у муках. Причиною виникнення хвороби під назвою «Мінамата» послужило тривале скидання компанією «Chisso» у воду затоки Мінамата неорганічної ртуті, яка вбивала людей, викликаючи у них порушення моторики, послаблення зору та слуху, погіршення чіткості мови, а у особливо важких випадках параліч. Під час висвітлення цих подій фотографа дуже сильно побили, але фотографії, які він зробив, допомогли досягти матеріальної виплати власниками заводу жителям міста, які вони витратили на лікування та підтримання життєдіяльності їхніх близьких. Ці знімки набули світової слави.

В інших країнах також існували газети та журнали, які почали використовувати на своїх сторінках фотографії. У Америці це був журнал «Life» [18], який випускався з 1883 по 1978 рік. Він був широко відомий саме завдяки своїм фотографіям. До 1936 року це був легкий розважальний журнал, який був наповнений ілюстраціями, жартами та різними соціальними коментарями. У ньому взяли участь деякі з найбільших письменників, редакторів, ілюстраторів та карикатуристів свого часу: Чарльз Дана Гібсон, Норман Роквелл та Джейкоб Хартман. У 1936 році, після придбання видавцем Генрі Люсом, наповнення журналу різко змінилось, залишивши лише назву. Він став першим американським новинним журналом із безліччю фотографій, який був дуже популярним та домінував на ринку преси протягом десятиліть.

Найвідомішою фотографією, яка була опублікована у журналі «Life», була фотографія зроблена Альфредом Айзенштадтом [16, с. 70] «День Перемоги над Японією на Таймс-Сквер». Ця фотографія була зроблена 14 серпня 1945 року, після того як Японія оголосила про свою капітуляцію, і велика кількість людей вийшли на вулицю, святкуючи закінчення війни та обіймаючи один-одного. Альфред теж вибіг на вулицю, і бігав з фотоапаратом по вулиці, намагаючись зняти людей. Він помітив молодого моряка, який бігав і хапав жінок різного віку, цілуючи та обіймаючи їх. Як згадував потім Альфред, раптом моряк схопив щось біле і він повернувся це зняти. Білим виявився халат медсестри, яку хлопець поцілував прям посеред площі. Вона сказала йому про закінчення війни.

Фотографії були опубліковані у журналі «Life» через тиждень. Журнал мав величезний успіх і згодом залучив до співпраці відомих творців, серед яких був Чарльз Дейна Гібсон. Він став власником журналу і зміг залучити до співпраці інших відомих ілюстраторів, серед яких були Палмер Кокс, Артур Бердетт Фрост, Олівер Герфорд та Едвард Вінсол Кембл [18].

Також популярною газетою, яка використовувала на своїх сторінках фотоілюстрації була «New York Daily News», заснована в 1919 році Джозефом Медлілом Паттерсоном як «Ілюстровані щоденні новини». Ця газета мало гасло «Нью-Йоркська фотогазета», тому що акцентувала увагу читачів саме на фотографіях, навіть камера була частиною логотипу газети з першого дня її існування.

Отже видавнича справа внесла свою роль у подальший розвиток фотомистецтва і показала його затребуваність. Якщо раніше газети та журнали наповнювались виключно текстовою інформацією, то тепер вони потребували додаткових інструментів для висвітлення подій. Таким інструментом стала фотографія. Поступово вона все частіше стала з'являтися на сторінках, поки не отримала автономну роль, стала окремим, не менш важливим візуальним інформаційним джерелом.

## **1.2. Особливості журналів про фотографію: вітчизняний та міжнародний досвід**

Фотографія почала з'являтися у журналах приблизно з 1890 року. Газети та журнали почали час від часу використовувати фотоілюстрації для більшого об'єму наданої інформації. Фотоілюстрація може виконувати різні функції в журналі чи газеті. Наприклад, фотографія розбиває текст, щоб його було зручно читати, зупинити момент на зображенні, щоб дізнатися про нього найцікавішу інформацію, фото супроводжує, ілюструє текст статті. Насправді, фотографія говорить нам те саме, що і стаття, і представляє незалежну одиницю, має особливу силу впливу на читача [29]. Дуже важливою для зорового сприйняття є перша сторінка газети, яка може відразу зацікавити читача. Тип газетної

стрічки та її сприйняття читачем в кінцевому рахунку залежать від принципів дизайну газет та ілюстрації.

Редактор журналу повинен вміти аналізувати та відбирати обсяг текстового та візуального матеріалу та, залежно від їх кількості, визначати їх роль у випуску журналу. Що стосується продажів, погано ілюстрована газета програє конкурентам з великою кількістю фотоілюстрацій. У сучасному світі велика кількість візуальної інформації стає все більш популярною, люди поступово відвикають до споживання великих текстових матеріалів, тому великі та яскраві фотоілюстрації починають займати не менше, а часом навіть більше місця, ніж самі тексти, грають важливу роль у зацікавленні та утримання уваги читача.

Розміщення фотографій на газетній смужі - завдання не з простих, і тут доводиться продумувати всі можливі деталі: баланс фотографій та текстового матеріалу, контраст, пропорції тощо. Редактору доводиться думати навіть про те, яким чином газета буде складена, оскільки горизонтальний згин не повинен проходити по фотографії, особливо якщо це портретна сторінка. Коли ми поєднуємо кілька малюнків на сторінці, нам потрібно встановити основне та додаткове зображення. Відповідно, основне зображення повинно виділятися і бути більш помітним, а отже, приблизно вдвічі більшим. Тож фото, яке ілюструє текст, краще розміщувати над або під заголовком. Зараз досить популярною технікою є поєднання невеликих фотографій, що супроводжуються статтями, таким чином створюється ефект обтікання тексту [1].

На початку 20 століття, почали з'являтися окремі публікації та журнали, насичені переважно одними фотографіями. Але це була ізольована фотографія, без якоїсь розповіді, доповнення автора статті, пояснення що відбувається на фотографії, яку подію вона ілюструє. Тож фотографи та редактори приходять до співпраці, надаючи старим ідеям нового втілення. Замість ізольованих, окремих фотографій, ніби у фотоальбомі, фотографи та редактори починають спільно створювати справжню історію, яка розказується словами та фотографіями [20]. Тобто фотографія і текст почали по-справжньому доповнювати одне одного, допомагати розказати читачу про події, фотографія разом з інформаційним

блоком допомогла читачу більш глибоко сприймати матеріал [37], занурюватись у саму суть. Через таку концепцію фотографи стали робити більше фотографій, ніж зазвичай, щоб потім передати їх редакторам. Редактори у свою чергу вивчали аркуші з усіма фотографіями у мініатюрній формі, які були розміщені на аркуші. І таким чином відбирали, на їхню думку, найкращі фотографії, які чітко передавали суть події, розповідали історію.

У цьому плані велике значення мали підписи до фотографій, їх оформлення та написання. Адже саме ці підписи, інакше кажучи пояснення зображень, могли передати атмосферу на фотографії, розказати що там відбувається, провести читача по усій історії за допомогою фотографій. Написана історія, сам текст був зведений до мінімуму, тоді як обиралась одна велика, провідна фотографія, і інші кадри які доповнювали її, розкривали тему. Поєднання фотографій та написання текстів призвело до появи "фотожурналістики" - термін, який запровадив історик та декан Школи журналістики Університету Міссурі, Френк Лютер Мотт. Він набув популярності після Другої світової війни. На той час фотожурналісти часто висвітлювали страшні події війни, будоражучи знімками, де зображено страшні події, насильство та смерть, суспільство. Своє відношення та роздуми на тему висвітлення військових подій фотожурналістами демонструє американська письменниця С'юзен Зонтанг у своїй праці «Дивлячись на біль інших». У своїй книзі письменниця піднімає питання користі та сенсу, який несуть ці фотографії [4, с. 19]. Вона пише: «Моніторинг війни, як ми знаємо, повинен був зачекати ще кілька років для радикального оновлення професійного обладнання: легкі камери, такі як Leica, використовували 35-мм плівку, яку можна було експонувати тридцять шість разів, перш ніж камеру потрібно було перезавантажити. Тепер можна було робити знімки в самий розпал битви, якщо це дозволяла військова цензура, і цивільні жертви та виснажені озлоблені солдати вивчали зблизька.

Громадянська війна в Іспанії (1936-39) була першою війною, яка була засвідчена у сучасному розумінні: корпусом професійних фотографів на лініях військової боротьби та в містах, що піддаються бомбардуванню, роботи яких

одразу ж побачили у газетах та журналах Іспанії та за кордоном. З тих пір битви та масові вбивства, зняті в процесі їх розгортання, стали звичним елементом невинного потоку домашніх розваг на маленькому екрані [4].

Створення знімків для конкретного конфлікту у свідомості глядачів, яких звідусіль переповнюють драмою, вимагає щоденного розповсюдження та повторного розповсюдження фрагментів кадри про конфлікт. Розуміння війни серед людей, які не пережили війни, зараз є головним продуктом впливу цих образів». Німецькі журнали на той час запровадили концепцію поєднання текстового матеріалу з додаванням фотоілюстрацій до нього у своїх журналах, проте через прихід Гітлера до влади у 1933 році, більшість редакторів переслідувались та змушені були втекти з країни, більшість з них переїхала до США [4, с. 8].

«The Journal of the Photographic Society» [40] - британський журнал про фотографію, який розпочав свою історію 3 березня 1853 року і виходить досі. Назва журналу була змінена у 1859 році, з виходом п'ятого випуску, спочатку журнал носив назву «The Photographic Journal», а нещодавно журнал зовсім змінив назву і тепер виходить під назвою «RPS Journal». Це періодичне видання є найстарішим періодичним виданням, яке пов'язано з фотографією і більшу частину свого існування мав величезний вплив, який виходив за межі навіть фотографічного товариства.

Його першим головним редактором став Артур Хенфрі. Журнал був вкрай популярним та важливим засобом для обговорення та інформування про нові відкриття у сфері фотографії, тут часто оголошувалась інформація про культурні події, різноманітні виставки. У журналі також були популярними відповіді на питання від фотографів та їхні думки щодо фотографічної справи, роздуми як можна вдосконалити фото-роботи та власну практику фотографії. Існували й інші популярні та визначні журнали, які мали величезний вплив на подальшу долю фотожурналістики як такої. Серед них можна виділити журнали «Life», «Look», «Fortune», «Picture Post», «Münchener Illustrierte Presse». У журналі «Life» працювали такі відомі фотографи як Бурк - Уайт, що стала відома своїми

промисловими фотографіями, більшість з яких вона зробила для досі існуючого журналу Fortune, та Альфред Айзенштадт - досвідчений фоторепортер.

Концепція журналу від самого початку полягала в тому щоб замінити випадкові фотографії на фотографії, які мали конкретний напрямок, задачу, розповідали про щось. Тобто «фотографії, керовані розумом». За такою концепцією фотографи з самого початку мали завдання та мали робити багато фотографій, щоб потім надати велике різноманіття знімків редактору, який вже обирав та найкращі на його думку фото та вирішував їхню послідовність розміщення. Саме через це нерідко виникали конфлікти між фотографами та редакторами, а деякі фотографи навіть залишали місця роботи, щоб отримати більший контроль над власними роботами. Серед таких фотографів був Юджин Сміт, котрий покинув «Life» з цієї причини [26].

Спочатку «Life» and «Look» вважав за краще використовувати фотографії великої чіткості та глибини. Через це замість ненав'язливих невеличких камер, які тоді набирали популярності, фотографи змушені були використовувати широкоформатні громіздкі камери, що вимагали повільного додаткового спалаху та більшого об'єму роботи. Іншими словами, це ускладнювало життя фотографа, адже зловити момент та зробити багато якісних фотографій було складніше, ніж із сучасною маленькою камерою. Цей спосіб фотографування був оскаржений Стефаном Лорантом, який покинув «Münchner Illustrierte Presse» після змушення виїхати з Німеччини в 1934 р. Зрештою він оселився в Лондоні, де заснував журнали «Weekly Illustrated» (1934) та "Picture Post" (1938). До штатних фотографів обох журналів входили старі колеги, також вигнані з Німеччини, такі як Мен та Курт Хаттон. Їм та іншим авторам пропонувалося розвивати техніку та стиль зображень, роблячи фотографії, використовуючи доступне світло - тобто, не використовуючи спалах. Їхні фотографії мали надзвичайну природність, яка принесла неабияку привабливість читача - настільки, що Life почав публікувати подібні фотографії і в 1945 році найняв колишнього фотографа «Picture Post» Леонарда Маккомба з надзвичайним пунктом у контракті: йому заборонили використовувати спалах.



«Picture Post» - відомий фотожурнал, який видавався з 1938 по 1957 рік у Великобританії. Він мав величезний успіх, вважався новаторським прикладом фотожурналістики. Його вважають британським аналогом американського журналу «Life». Редактором та засновником цього журналу був фотожурналіст Стефан Лорант, який звільнився з журналу «Life» через свої погляди щодо фотографії, та вирішив самостійно створити журнал, який би йому подобався. Пізніше, у 1940 році, Стефан був ув'язнений, тому що він був євреєм. Він навіть написав книгу про ці події, яку назвав: «Я був в'язнем Гітлера».

Його журнал «Picture Post» виражав антифашистські настрої, був проти переслідування євреїв у нацистській Німеччині та був ліберальним. У журналі був відомий випуск, який побачив світ у 1938 році, у випуску була опублікована картинна історія, яка носила назву: «Назад до середньовіччя». У цьому випуску були опубліковані фотографії Адольфа Гітлера та Йозефа Геббельса, які контрастували з фотографіями тих письменників, науковців, акторів яких вони переслідували. Такі настрої журналі знаходили відгук суспільства того часу, тому продажі цього журналу були великі, особливо він став популярним під час Другої світової війни. У 1940 році Стефана Лоранта змінив Том Хопкінс, який став редактором журналу. Том величезне значення надавав саме фотографіям, а не текстам, статтям у його журналі. Хороша фотографія була у пріоритеті, а текст, як він сам казав, можна дописати після заходу. Але якщо фотографи не поверталися з цікавими знімками, йому просто ні з чим було працювати, адже текст до фото можна дописати пізніше, а якщо фотографії немає - матеріал буде пустим.

По мірі насичення зображеннями, які розповідали про Другу світову війну, ставало ясно що усі ці знімки, негативи (як опубліковані так і неопубліковані) являють собою цінний документальний та історичний скарб. Згодом ці знімки стали частиною колекцій Британського музею, а у 1957 році колекція фото була продана BBC.

У СРСР також діяли фотографи і зараз ми можемо знайти на просторах інтернету велику кількість незвичайних, красивих робіт радянських

фотожурналістів. Загалом радянська фотографія дуже потерпала від контролю радянської влади та репресій. Радянська влада репресувала одних фотографів, але підтримувала інших, які розділяли її погляди та працювали за її вказівками, перетворюючи таким чином фотографію в інструмент політичної пропаганди [27].

Знімки фотографів того часу, з одного боку, носили характер відверто пропагандистський, оскільки їхнім головним завданням, їхньою місією було висвітлення сили та могутності Радянського Союзу, але з іншого боку така обмеженість слугувала прикладом іноді дуже незвичайних, цікавих мистецьких експериментів. Фотографи намагались створити творчу, свободну атмосферу в умовах тотального обмеження владою. Перше враження від побачених знімків завжди набагато яскравіше та краще і помітно відрізняється від подальшого сприйняття знімку, коли вже повністю дізнаєшся історію його створення. «Советское фото» - радянський, а згодом російський ілюстрований журнал, що був заснований у 1926 році журналістом Михайлом Кольцовим. Журнал був призначений для любителів та професіоналів фото- та кіномистецтва.

На сторінках журналу розміщувались матеріали по історії та практиці фотографії, а також роботи іноземних та радянських фотографів у різних жанрах: від вуличної фотографії до портретної фотографії, знімки з гарячих точок. Журнали з ілюстраціями існували і раніше, і були доволі популярними, мали велику аудиторію. Одним з таких журналів був журнал «Огонек» - російський щотижневий ілюстрований журнал, перший номер якого світ побачив у 1899 році. Засновником журналу був той самий Михайло Кольцов. Саме він розповсюдив ідею відтворення журналу «Огонек», скориставшись вже закріпленою та популярною назвою серед радянського суспільства.

Успіх журналу був величезний, тираж його стрімко ріс, і у 1925 році кількість екземплярів досягла півмільйона. «Огонек» [22] став виданням, де цілеспрямовано та осмислено почав формуватися радянський фоторепортаж. Михайло Кольцов зробив акцент на фотографії, і тому підключив до роботи велику кількість молодих і на той час ще нікому невідомих фотографів, які

зміogli б знайти нові прийоми для висвітлення подій, знайти найкращих з них. І він не помилився, адже Макс Альперт, Аркадій Шайхет та інші швидко увійшли в потрібний ритм журналу та стали видатними радянськими фотожурналістами. вимогами журналу, а згодом стали видатними радянськими фотожурналістами. Михайло Кольцов був репресований у 1940 році (за деякими даними у 1938) журналом певний час керував Євген Петров, у 1950 роках редактором став радянський поет Олексій Сурков. Саме у цей період «Огонек» набув свої визначні риси, свій стиль.

Наприклад для журналу стає типовим фото знаменитої людини, яке розташовується на обкладинці журналу. Це були портрети космонавтів, артистів або спортсменів. У кожному номері почали друкуватися вірші, серед яких були вірші Євгена Євтушенка, фоторепортажі, яскраві картинки, кросворд. Згодом, у 1986 році, редактор журналу знову змінився. На цей раз ним став Віталій Коротич, і життя журналу почало змінюватись. Він став впливати на тодішнє політичне життя країни і став знаменитим не тільки у СРСР, але й в усьому світі.

Отже сприйняття фотографії та її роль у друкованих періодичних виданнях докорінно змінилася у 20 столітті. Значну роль у цьому зіграла поява нових та комфортних для використання у повсякденному житті камер з наявністю 35 мм плівки. Ця поява надала змогу фотожурналістам з усього світу знімати набагато швидше та більше, а отже якісних фотографій, які мали перспективу розміщення на сторінках газети або журналу, або ж й зовсім потрапити на обкладинку видання, стало в рази більше. Така тенденція за невеликий проміжок часу остаточно закріпила участь фотографії у видавничій справі.

### **1.3. Сучасний стан та перспективи періодичних видань про фотографію.**

Сьогодні фотографія набрала шаленої популярності, стала максимально доступною для кожного, адже нова фототехніка з'являється регулярно, від чого ціни на камери зараз не надто високі, тепер фотолюбителі завжди мають вибір і серед фотоапаратів, і серед об'єктивів. Все стало набагато простіше у сфері фотомистецтва, фотографії тепер можна робити швидко і так само швидко

корегувати навіть на своєму смартфоні. Значна кількість фоторобіт зараз публікуються фотографами в інтернеті. Завдяки Інтернету розповсюдження фоторобіт стало швидшим та комфортнішим для фотографів, фотожурналістів. Зараз існують онлайн журнали, яким фотограф може скинути свої роботи на пошту щоб зарекомендувати себе та показати своє мистецтво. Не мають значення як довго митець займається своєю професійною діяльністю та яку кількість підписників має у соціальних мережах. Тут усе вирішують саме роботи творця, їх творчий посыл та оригінальність, показана на них емоція.

Проте більшість митців мріє побачити свої фотографії у друкованому вигляді. Тому фотографи дуже часто створюють цілі книги, на яких розміщені їх роботи, та продають це своїй аудиторії. Там вміщують роботи різних років, улюблені зйомки, до яких було прикладено багато зусиль і які виражають задум фотографа найкраще. Фотографи із великим досвідом, які мають сформовану аудиторію, завжди будуть цікаві і для своїх прихильників, і для інших фотографів, які надихаються їхніми роботами та вчать у них. Тому завдяки своїй сторінці у соціальній мережі, завдяки можливостям Інтернету, розповсюджувати свою продукцію стало набагато легше. Таким чином можна зробити висновок, що попит на фотографічні продукти залишається значним. Інтерес до фотографії став тільки більше, проте чи зріс інтерес до друкованих видань? Це велике питання, хоча такий сегмент періодичних видань завжди буде мати свою аудиторію.

Журнали про фотографію мають велику значимість у сфері фотографії. Хоча зараз існує безліч можливостей для публікації в Інтернеті, все ж таки кожен фотограф прагне надрукувати свої роботи, зробити виставку, створити фотокнигу, закарбувати цінні для себе моменти у друкованому вигляді. Захоплюючий візуальний контент має журнал «Gur» - голандський журнал про фотографію, який розшифровується як «Guide to Unique Photography» [28]. Журнал продається у 23 країнах світу, виходить англійською мовою. У самому журналі поширюється інформація про новинки фототехніки, відкриття у сфері фотографії, надруковані неймовірні знімки. «GUP» збирає знімки з усього світу,

які ж особливими через свій стиль, унікальну візуальну мову. Журнал має як друковані випуски, так і онлайн версію видання і охоплює теми, що пов'язані з широким та динамічним спектром фотографії та образотворчого мистецтва. Також «Gur» [28] випускає книги, де розміщені знімки фотографів з усього світу, а також особлива увага приділяється сучасним фотографам, людей які знімають у Нідерландах.

Книги насичені абсолютно різними, проте атмосферними знімками, що значною мірою передають красу та незвичайність бачення людей та їхньої природи. У журналі часто друкують цікаві та розлогі інтерв'ю з фотохудожниками, розповідаючи про їхню роботу, формування бачення, секрети зйомок та шлях у сфері фотографії. Ця практика є дуже важливою для кращого розуміння сенсу знімків, їхньої історії, яка дуже часто є захоплюючою. Бачачи не тільки сам знімок, тобто вже готовий результат, але й знайомлячись з особистістю автора та його думками, мистецтво сприймається глибше. Інтерв'ю з італійським фотографом Каміло Паскарелі показує нам індивідуальність автора, сприйняття ним самої фотографічної справи та пояснює чому він зробив той чи інший знімок, яку цінність вони в собі несуть.

Інший популярний сучасний фотографічний журнал - «Euemazing». Це міжнародно відомий журнал про фотографію, який виходить 4 рази на рік та відомий різноманіттям розміщених у ньому знімків. Тут можна зустріти усе: від натюрмортів до фото у стилі ню, від фотомонтажу до максимально природніх портретів людей. Цей журнал не містить у собі якоїсь інформації щодо фотографічної справи, не розкриває якихось секретів зйомки, а просто представляє нам абсолютно різні, несхожі за своїм стилем та тематикою роботи безлічі авторів, які завжди вражають та закарбовується у пам'яті. Цей журнал являє собою збірку найяскравіших та вражаючих фотографій.

Якщо говорити про українські журнали про фотографію, варто відмітити журнал «5.6». Кожен випуск має різну тематику, показує різні сфери життя, вносить величезний вклад у розвиток саме українських друкованих видань про фотографію. В одному випуску можна побачити роботи українських фотографів

у стилі стріт, а в іншому - бачення не тільки українських, але й іноземних фотографів пострадянського простору, усього його різноманіття. У випуску за січень 2019 року можна побачити велику кількість фотографій українських міст, архітектури, різних дивних надбудов, будинків, що розташовані прям біля церков, або церкви, неподалік яких знаходиться ресторан «McDonald's». Цим випуском редакція журналу хотіла започаткувати суспільну дискусію щодо взаємин між забудовниками і громадою, важливість збереження нашого історичного минулого та побудову цивілізаційного майбутнього. У випуску дуже розгорнуто розглядається проблема постійного забудування, нові будівлі наче виростають із під землі за одну ніч, і часто побудовані там де це недоречно. Журнал «5.6» розглядає проблему архітектурної та міської спільноти, перша з яких не змогла зорієнтуватися у нових умовах та не вистояла під стрімким натиском ринкових відносин.

Архітектори тепер постають як обслуговуючий персонал бізнесу і повністю акцентували свою увагу на сприянні вигідних капіталовкладень. У результаті таких процесів, як вважає редакція, розвиток міста було повністю і докорінно віддано до рук замовників, що тепер взяли на себе роль архітекторів. Тепер але замовники вирішують функціональне призначення територій міста, висотність будівель та транспортні зв'язки. Проблематика відсутності архітектурної влади породжує повністю строкату різноманітність архітектурних форм: утеплені балкони та фасади, купа різноманітних кіосків і так далі. Щоб розкрити тему архітектурної проблематики у журналі надана велика кількість фотографій будівель українських міст, у цих фотографіях спроба усвідомити сучасну реальність та хоч якось упорядкувати хаотичний розвиток навколишнього простору. Отже фотографія у даному випадку — це єдина зброя тих, хто не згоден із архітектурним хаосом українського сьогодення.

Таким чином приходимо до висновку, що фотографія все більше переміщується на простори Інтернету, з кожним роком популярність та зручність соціальних мережах переростає у своєрідне портфоліо митців у сфері фотографії. Стають популярними та поширюваними оналайн-версії видань, на сторінки яких

потрапити шансів більше, ніж на друкований варіант видання. Проте цей факт не відмінняє актуальність та необхідність друкованих періодичних видань про фотографію, адже вони наповнені дійсно цікавим та важливим для авторів інформаційним матеріалом, і роботи у них розміщуються лише виняткової якості. Редактори журналів слугують своєрідним фільтром для надання читачкій аудиторії найкращого.

### **Висновки до розділу 1**

Отже, фотографія стала важливою складовою періодичного видання. Як текст у статті, фотографія так само насичена інформацією. Вона розповідає та демонструє усі тонкощі події, яку зафіксувала камера, показує читачу особливий настрій та атмосферу місця, що зображено на знімку. Такий прийом допомагає краще сприймати текстовий матеріал, усвідомлювати його в повній мірі, краще запам'яток уваги. Фотографія руйнує усе абстрактне уявлення подій та робить його максимально реалістичним. Якщо раніше фотографія сприймалась виключно як додаток до інформаційного матеріалу, додатковий та рідкий елемент журналу або газети, зараз вона не тільки являє собою повноцінний елемент видання, але й існує окремо від тексту, являючи собою і візуальну інформацію, і естетичну красу водночас.

Тож з розвитком технічного обладнання фотографи мали змогу робити так багато кадрів, скільки потребувала редакційна політика видання, даючи вибір для редактора побачити усе та відібрати найкраще. За допомогою такого прийому знімки ставали не просто підтвердженням подій, вони ставали окремим, самостійним шедевром, який розповідав та вражав читача не гірше ніж ціла стаття. Фотожурналісти неймовірно чітко та глибоко відображають дійсність та величність подій та особистостей, відтворюючи їхню історію у своїх роботах. Нетипове зображення знаменитостей фотожурналістом Еріком Заломоном розширило спектр можливого у фотографії, дало новий поштовх для розвитку іншого сприйняття та способу вираження людської сутності за допомогою відображення людини у її повсякденному житті. Роблячи фотографії знаменитих

людей у них вдома або навіть на пляжі, Еріх показав відсутність будь-яких кордонів у фотомистецтві та розпочав цей шлях, зробивши перший крок.

Завдяки розвитку фотографічної справи та розширенню кордонів фотожурналістами, періодичні видання стали наповнюватись фотоілюстраціями все більшою мірою. Фотографія стала не тільки важливим елементом, частиною розповіді, зображальним додатком до текстового матеріалу, вона стала окремим інформаційним носієм. Журнали та газети почали активно розміщувати знімки на своїх сторінках, а власники журналів почали помічати, що ілюстративні видання продаються набагато краще, ніж ті що насичені тільки інформаційними блоками. Саме через це редактори журналів та газет почали ставити завдання для фотографів робити якомога більше знімків, щоб мати більше можливостей для вибору і розміщувати у виданні велику кількість робіт, більше візуальної інформації. Таким чином журнали, які використовували фотографію як спосіб висвітлення подій та відображення дійсності, стали популярними у всьому світі. Одним серед таких журналів був американський журнал «Life». Він прославився на весь світ і залишив свій слід в історії завдяки мистецтву фотографії.

Щоб фотографія була поміченою та справила враження на читача вона має бути правильно розміщеною, щоб її помітили. Через це існують певні правила для розміщення фотоілюстрацій на сторінках газет та журналів. Часто фотографію, яка несе доповнення, слугує певним візуальним підтвердженням до тексту статті, розміщують під або над заголовком. Іноді використовують навіть декілька знімків для кращого, глибинного сприйняття людиною змісту статті. Також доволі популярним є накладення початку тексту на фотографію, через що створюється ефект «злиття» текстового наповнення із зображенням. Для рекламних ілюстрацій часто виділяють окремий, цілий розворот, щоб нічого не відволікало від знімків.

Отже, занурившись у історію розвитку періодичних видань та використання ними фотоілюстрацій, можна прийти до висновку, що фото у сучасності набуло навіть більшої значимості та ваги, ніж навіть сам текст.



## РОЗДІЛ 2

### РОЗРОБКА ЖУРНАЛУ ПРО ФОТОГРАФІЮ «КАДР»

#### **2.1 Планування та етапи розробки журналу про фотографію**

Створення журналу це складний та багатоаспектний процес, де взаємодіють усі його учасники, від редакторів, які продумують концепцію та приймають рішення щодо оформлення та зовнішнього вигляду видання, до журналістів, які будуть насичувати журнал матеріалами як текстовими, так і візуальними. Свої внески у розробку концепції та безпосередньо створення журналу також роблять рекламний відділ, який допомагає просувати продукцію, поширювати її серед населення та розширювати її читацьку аудиторію, а також відділ тиражу та друкарня. З цієї причини комунікація між відділами та працівниками,

згуртування усіх працівників спільною ідеєю, планування подальшої роботи та якісна її організація є життєво важливими для перетворення ідей та планів у журнал. У більшості випадків наповнення майбутніх випусків журналу продумуються заздалегідь, продумати тему випуску наступного екземпляру можуть як на декілька випусків, так і на рік вперед. Як правило, співробітники журналу подають свої ідеї до втілення редактору, який відбирає найкращі на його думки матеріали і виносить остаточне рішення про їх відображення на сторінках видання.

Так само редактор журналу відбирає найкрасивіші, найбільш атмосферні знімки з усіх наданих фотожурналістами, і саме редактор затверджує що саме побачить глядач на обкладинці та сторінках улюбленого журналу. Коли матеріал, написаний журналістом, вже готовий, журналіст зазвичай передає його у електронному форматі та у друкованому вигляді для перевірки написаного редакцією. В залежності від кількості працівників видання текст може бути відправлений для вичитки старшим редакторам для їх коментарів та оцінки. Наступним етапом після перевірки журналістського матеріалу йде його повноцінне редагування, ретельна перевірка на точність. Факти, надані у статті, мають бути максимально точними, правдивими та перевіреними. Під перевірку підпадає усе: наведені імена та прізвища, дати, цитати та статистичні дані.

Правдивість та точність наведених фактів має величезне значення, адже безпосередньо впливає на репутацію видання, яка є дуже важливою для довіри та інтересу до нього як читачів, так і рекламодавців, яких потребує видання для свого існування. Адже жоден рекламодавець не хоче асоціюватись з неправдивим виданням, у якого зіпсована репутація на своєму ринку. Тому прозорість та ретельність при редагуванні матеріалу займає вагоме місце як етап підготовки видання. Написаний матеріал також повинен відповідати стилю, прийнятому чи розробленому журналом, який регулює обробку таких речей, як аббревіатура, пунктуація, імена, заголовки та орфографічні уподобання.

Важливим етапом є визначення, як саме буде виглядати видання, у якому стилі буде друкуватися видання - яскравому та такий що впадає в око, або ж

навпаки простому та мінімалістичному, як буде виглядати обкладинка журналу, якою буде палітурка, м'якою або твердою, який папір використовувати - газетний або крейдований, яким буде об'єм журналу та формат сторінок. Велике значення у створенні випуску має реклама та місця її розміщення. Рішення про те, які статті та рекламні матеріали будуть розміщені у випуску та де вони будуть розміщені, називається перервою в книзі. Задля успішного розміщення реклами у журналі необхідно з'ясувати розмір випуску, кількість сторінок та послідовність викладення матеріалу, щоб розмістити рекламу максимально вигідно для рекламодавця і привернути до неї увагу читачів.

Та найперша та найголовніша задача у створенні журналу полягає у визначенні його тематики та напрямлення. Це допоможе одразу проаналізувати ринок, на якому плануєте просувати свою продукцію, його особливості та потенційних конкурентів. Чітка визначеність тематики дає можливість направити свої ідеї та майбутні плани щодо реалізації у правильне русло, і як наслідок увесь потенціал дослідника буде заподіяний для вивчення усіх необхідних показників для успішної реалізації задуманого. Окрім аналізу потенціалу та роботи ваших потенційних конкурентів необхідно також вміти проаналізувати їхню рекламну кампанію, спосіб просування та затвердження себе на ринку, щоб віднайти для вашого журналу найкращу формулу.

Наступним важливим етапом у підготовці до створення майбутнього видання є чітке та скрупульозне уявлення цільової аудиторії продукту, тобто розуміння, для яких людей ви створюєте тематичний журнал, хто ці люди і чому їм має бути цікава ваша продукція. На цьому етапі аналізу мають значення усі показники: вік людини, на яку ви орієнтуєтесь, професія, рівень достатку та місце проживання. Таким чином визначившись з портретом вашого майбутнього читача буде простіше зрозуміти концепцію журналу, віднайти той самий, особливий підхід, буде легше надалі вибрати канали просування продажу вашої продукції. Необхідно також визначитись з джерелами фінансування вашого журналу та його рекламної кампанії, визначитись з річним обсягом та періодичністю видання.

Технічні характеристики для створення журналу полягають у визначенні формату майбутнього періодичного видання, його об'єму, тиражу видання та періодичність випусків. Кожен з перелічених пунктів має вирішальне значення, тому обов'язково має бути продуманий до деталей, кожному з пунктів необхідно приділити увагу, оскільки такі дані в подальшому будуть орієнтиром, який буде дисциплінувати роботу та визначати конкретні її дедлайни. Це точка, від якої надалі будуть відштовхуватись власник журналу та його працівники у повсякденній редакційній роботі, а пізніше цю інформацію необхідно буде внести у офіційні документи періодичного видання для реєстрації його як засобу масової інформації.

В Україні звичайний, прийнятний формат для журналів це сторінки розміром 170x240мм. Такий формат є класичним в Україні саме для глянцевого журналу та являється доволі зручним як і при транспортуванні, перевезенні журнальної продукції так і для читача. Іноді створюють журнали, сторінки яких у розмірі А4. При визначенні формату сторінок періодичного видання треба аналізувати не тільки його візуальний аспект, але й зручність та фінансову сторону питання, адже чим більші за форматом сторінки журналу, тим більше буде вартувати верстка та друк журналу. Кількість сторінок журналу напряму залежить від фінансових можливостей редакції. Тому не існує конкретної, єдиної стратегії щодо кількості створених сторінок, ця кількість може складати і 30, і 60 і 120 сторінок. Важливо розуміти що це не забаганка редакції, а вмiле розмахування бюджету.

Наступний етап у створенні журналу полягає у визначенні тиражу. Тираж журналу знову ж таки залежить від фінансового аспекту та популярності журналу. Фінансові можливості розширюють бюджет редакції, а отже і її перспективи для реалізації якомога більшої кількості екземплярів журналу. Популярність та впізнаваність видання допомагає заохотити, зацікавити потенційних рекламодавців, які зможуть надати редакції видання витратити менше грошей на реалізацію продукції, потім вийти в нуль, а згодом почати заробляти завдяки розміщенню реклами на своїх сторінках. Популярні глянцеви

журнали мають можливість виходити накладом у 50-70 тисяч і більше, але якщо журнал невеличкий і тільки нещодавно почав свою роботу, то головне зробити його якісним, а не великий наклад нецікавого матеріалу. Тому можна почати і з 1000 екземплярів, головне щоб вони знайшли свого читача та в подальшому захопили аудиторію своїм змістом.

Створення свого журналу я розпочала з визначення його тематики. Я обрала для власного видання фотографію та фотографічну справу. Визначившись із тематикою і загальним направленням, я почала думати над рубриками, їх наповненням та послідовністю розміщення. За моїми спостереженнями навіть у світі фотографії досить мало людей знають історію фотографії, з чого усе почалось, хто були ті видатні люди, що допомогли розвинути цю сферу нашого життя, які відомі фотожурналісти зробили значний внесок у подальший розвиток та авторитетність знімку як засобу вираження, відображення подій, окрему візуальну одиницю яка здатна розповідати, а не просто бути додатком до тексту. Виходячи з цих роздумів я створила кілька наступних рубрик: «Ера фотографії: початок», «Миті історії», «Розкадровка», «Фотоательє» та «Гаджети». Ці рубрики висвітлять фотографію у історичному спектрі, зможуть показати як вона зароджувалась та повз які перепони доводилось проходити фотографам, щоб отримати той самий заповітний знімок. «Розкадровка» буде направлена та руйнування міфів та розкриття секретів митців у фотографічній справі, детально висвітлюватись правила зйомки, наприклад журнал буде містити матеріал про нічну зйомку та зйомку з використанням штучного світла.

У рубриці «Гаджети» будуть розглядатися технічні новинки, нові камери та об'єктиви, цікаві фільтри для об'єтивів, які допоможуть фотографам створювати неймовірні, казкові зображення.

Історичне минуле фотографії цікаве та захоплююче, вивчаючи його ти розумієш, як сильно зараз наш технологічний світ полегшив нам задачу. Проте старатись над створенням фотографії все одно треба, якою б не була техніка, вона не зробить вашу роботу за вас. Багато чого залежить не стільки від техніки та її технічних характеристик, скільки від бачення людини, яка тримає її в руках. На

цю тему я також хочу поговорити у своєму журналі, а саме: як створювати дійсно атмосферні та чуттєві знімки, які секрети має добре зроблена фотографія та як працювати з відібраними кадрами. Також мені здається важливим розкрити тему страхів, що переслідують нас у мистецтві. Часто саме наші побоювання дуже тормозять нас і наш прогрес, і тому навчитись визнавати їх та вміти з ними працювати є надзвичайно важливим моментом для щирої, справжньої творчості, а не погоні за лайками та за тим, щоб просто бути поміченим.

Отже, першою та головною задачею для створення успішного та цікавого журналу є визначення, аналіз, чітке уявлення цільової аудиторії видання. Необхідно розуміти, для кого цей проєкт буде існувати, хто і з яких причин буде зацікавлений у придбанні продукту. Після цього наступають усі подальші етапи, а саме: планування бюджету журналу, від якого залежить його вигляд, якість папітурки та кількість екземплярів у тиражі, його об'єм та формат сторінок.

## **2.2 Технічні характеристики та дизайн журналу «Кадр»**

Створюючи свій журнал про фотографію, я роздумувала над виглядом мого видання, яким його зробити щоб охопити та зацікавити якомога більшу аудиторію. Проаналізувавши які періодичні видання та дизайн взагалі привертають мою увагу, дарують мені естетичну насолоду як читачу, я прийшла до висновку, що мій журнал буде насиченим красивими та яскравими роботами фотографів і акцентуватись увага буде саме на цьому, а сам дизайн буде доволі мінімалістичним і простим. Фотоілюстрації та інформаційна частина будуть чітко відокремлені одне від одного, щоб створювалось відчуття простору та зручності візуального сприйняття матеріалу для читача. Основні кольори журналу - синій, білий та чорний. Це кольори текстового наповнення, роботи ж, поміщені у журналі, будуть абсолютно різноманітними і мати будь-який стиль (Додаток В). Тому текст видання буде не надто яскравим для очей, щоб головну роль і ефект «вау» грали саме роботи фотографів.

Середі рубрик журналу передбачені наступні:

1. «Розкадровка», де будуть описані різні художні прийоми та секрети щодо проведення зйомок, описані як прості правила створення знімку, так і варіанти, як можна обійти те чи інше правило і створити унікальний продукт. Особливу увагу буде приділено міфам у фотографії, представлені рамки, за які фотографи часто бояться виходити, і даремно. У цій рубриці буде показано що фотографія - це творчість і тут завжди можна знайти вихід, створити свій, індивідуальний підхід і таким чином показати глядачу унікальність власного стилю, його неповторність.

2. «Миті історії» - рубрика буде присвячена життєпису та роботам всесвітньо відомих фотожурналістів, чиї знімки увійшли в історію і досі вражають кожного, хто їх бачить. У цій рубриці я планую розмістити знімки таких шедевральних, всесвітньо відомих митців фотографії як Хельмут Н'ютон, Юджин Сміт, Енні Лейбовіц, Гай Бурдін, Мікаель Дженсон, Брюс Вебер, Патрік Демаршел'є та інших. Також у цій рубриці я хочу показати складнощі з якими зіштовхувались свого часу митці у сфері фотографії, як складнощі технічні, так і особисті, кризи та переломні моменти. І тут буду показувати їхні роботи, аналізувати разом із читачем особливості стилю кожного фотографа. У такий спосіб я хочу допомогти фотографам розширити межі їхнього сприйняття, бачення, показати що можна і треба експериментувати і не боятись робити помилки.

3. «Фотоательє». Тут будуть висвітлюватись сучасні фотомитці, будуть розповідатися їхні історії та шлях у фотографії, з чого вони починали та які поради можуть дати новачкам. У цій рубриці будуть поєднуватися інтерв'ю та фотографії запрошеного героя. Передбачені окремі розвороти, де розміщені будуть тільки знімки, без текстового наповнення.

4. «Гаджети» представляють собою огляд цікавих технологічних новинок, які з'являються на ринку фотографії. Тут будуть описані та розглянуті переваги та недосконалості нових фотокамер, об'єктивів, штативів та усією фототехніки, з якою кожного дня працюють фотографи.

Цільова аудиторія мого журналу буде доволі різноманітна, адже якщо до віку вона ще прив'язана (від 18 до 50 років), то до статі не прив'язана ніяк.

Фотографією цікавляться як жінки так і чоловіки в однаковій мірі. Мій читач - це і людина, яка знімає на телефон, і тільки мріє про придбання камери, і професіонал, який заробляє фотографією на життя, і новачок у сфері фотомистецтва, який вже знає ази, але багато чому ще має навчитися, і просто людина, для якої фотографія цікава з точки зору мистецтва.

Оскільки мій журнал має фотографічну тематику, я хочу дати читачу якомога більше візуальної інформації, красивої та якісної картинки, щоб показати дійсно цінні та красиві роботи фотографів, таким чином виховуючи смак свого читача, привчити його до сприйняття прекрасного, отримання насолоди від споглядання роботи. За форматом сторінок журнал буде розміром А4. Хоча такий розмір несе за собою більші фінансові витрати на верстку та друк екземплярів журналу, а також вимагає дуже якісних фотографій у великому розмірі, він буде виглядати як невеличка фотокнига, фотографії будуть у необхідному для їх споглядання та вивчення особливостей розмірі. Журнал буде невеликого об'єму, всього буде містити 32 сторінок, проте буде насичений красивими та цікавими зображенням як для любителів фотографії, так і професіоналів цієї сфери. Акцент зроблено не на кількість сторінок, об'ємі журналу, а на його унікальність та насичення. Папір журналу «Кадр» буде глянцеvim та приємним на дотик, на мою думку цей вибір найкраще підходить саме для журналу. Обкладинка буде твердою та якісною, на обкладинці журналу буде розміщена кольорова фотографія на весь розмір формату сторінки А4. Оскільки журнал тільки починає свій запуск і на ринку преси він ще новачок, тираж буде не більшим ніж 1000 екземплярів.

Таким чином, технічні характеристики журналу «Кадр» полягають у його невеликому об'ємі, форматі сторінок для зручного та повного вивчення представлених знімків, твердої та яскравої обкладинки видання, корисного інформаційного наповнення як для професіоналів, так і для фотолюбителів.

### **2.3. Визначення цільової аудиторії та просування журналу на ринку України.**



З'ясування та чітке визначення аудиторії журналу має ключову роль у його подальшому успіху, адже якщо аудиторія якісно проаналізована та визначена, набагато легше зрозуміти як саме варто просувати свій продукт. Оскільки журнал «Кадр» є журналом про фотографію, велика частина аудиторія періодичного видання буде складатися з фотографів, людей, які професійно займаються фотографією та працюють у цій сфері. Проте такий журнал може бути цікавим не тільки для працівників у сфері фотографічної справи, але й для простих любителів фотомистецтва, новачків або ж і зовсім для людей, які ніяк не пов'язані з фотографією. Для людей які займаються іншою діяльністю цей продукт також може бути цікавим, оскільки фотографія - це мистецтво, і воно завжди притягує до себе увагу, навіть якщо ти мало у цьому розумієш, адже усі ми так або інакше цікавимось та любимо мистецтво у абсолютно різних його проявах. Через стрімкий розвиток технологій та фотографічної техніки зокрема, багато людей зараз полюбили фотографувати. Фотографуючи навіть на телефон можна отримати цікаві та доволі якісні знімки, які іноді навіть можна сплутати зі знімками, що були зроблені на камеру. Це пов'язано з тісним зв'язком людей із соціальними мережами. Зараз складно знайти людину, яка не зареєстрована та не сидить у такій соціальній мережі як Інстаграм. Багато людей спілкуються та знаходять друзів саме у цій мережі, а оскільки формат цього додатку такий, що головне там це саме фотографії, які люди одразу бачать заходячи у ваш профіль, бажання зробити якомога більше красивих фотографій стало шаленим. Загалом Інстаграм це величезний та невпинний потік фотографій. На цій платформі також викладають свої роботи та просувають себе ще й фотографи, використовуючи свій профіль як можливість показати глядачам, підписникам своє портфоліо. Оскільки ця мережа повністю спрямована на візуальний контент, ілюстративність, тут зосередилась велика кількість фотографічних журналів. Аудиторію такі журнали збирають доволі швидко, адже і читачі, і фотографи зацікавлені у спогляданні красивих картинок як у першому випадку, і своїх робіт у другому.

Тому задля просування нашого друкованого видання «Кадр» доцільним буде створення його онлайн-версії як у вигляді окремого сайту так і в соціальній мережі Інстаграм. Таким чином можна доволі швидко та ефективно популяризувати видання, одразу маючи зацікавлену у цьому аудиторію та знаходити нових цікавих авторів, оригінальні та яскраві роботи митців.

Особливу вагу мають відмітки популярних та талановитих фотографів, які вже мають свою сформовану аудиторію. Як правило митці завжди роблять репост з їхньою фотографією, де вони відмічені як автори, щоб показати і своїм читачам що на їхні роботи є запит і вони користуються популярністю у фотографічних пабліках. У такий спосіб читачі, які будуть переходить за відміткою і бачити ваш онлайн паблік, зможуть дізнатись про журнал та підписатись спочатку на його онлайн - версію, а зацікавившись роботами, що розміщуються лише у друкованому вигляді, захочуть придбати журнал. Різноманітність не лише приносить додатковий прибуток, але й підвищує обізнаність про ваш журнал і може покращити бренд. Це основна та вагома причина через яку просувати друкований варіант видання дуже вигідно саме через Інтернет та його ресурси.

Уміння працювати з аудиторією та розуміти її смаки, вміти використовувати комунікативні можливості Інтернету допомагає журналу зміцнювати свій рейтинг та завойовувати увагу яскравих представників фотографічної справи, та за допомогою співпраці з цими людьми набирати значимість та авторитетність видання. Задля підвищення мотивації авторів можна використати Інстаграм як площадку для пошуку роботи, яка потрапить на обкладинку друкованого номеру. Тобто фотографію для обкладинки можна шукати за допомогою електронного варіанту видання, проводячи конкурси серед фотографів, ставлячи за умову відмічати ваш журнал під своїми фотографіями, та серед цих робіт обирати найкращу для вашого друкованого випуску.

Оскільки просування журналу буде відбуватись саме в Україні, привертати увагу населення та розширювати читацьку аудиторію можна за допомогою співпраці з відомими українськими людьми. Наприклад якщо помістити на

обкладинку журналу оригінальний та цікавий портрет української співачки та популярної серед молоді Альони Альони, можна привернути увагу молодого покоління та змотивувати придбати собі цей випуск. Чудовим кроком також буде приєднання до благодійних акцій, таким чином журнал може створити хорошу репутацію та донести необхідний меседж своїм читачам. Якщо провести благодійну акцію мета якої є збирання коштів для допомоги військовим, велика кількість читачів захоче допомогти та купити ваш журнал, адже отримає не тільки корисну інформацію та красивий візуальний контент, але й допоможе у фінансуванні своєї армії. Тобто проінформувавши читачів про те що 30% від продажу друкованої версії видання буде йти на допомогу армії або волонтерської організації, яка займається питаннями озброєння та освітою військовослужбовців, бажаючих придбати та поширити видання стане набагато більшим.

Отже для популяризації та поширення журналу треба вміти знаходити та поділяти смаки, цінності та погляди своєї аудиторії, своїх читачів. Читач - це не абстрактне поняття, а конкретна особистість, що має свій сформований погляд на життя і зокрема своє відношення до низки локальних питань, що наявні в нашій країні. Вміти підтримувати загальнонаціональні цінності і нести при цьому користь та інтерес для більш вузького кола спеціалістів зміцнить репутацію журналу та буде стимулювати підтримувати український продукт.

## **Висновки до розділу 2**

Журнал «Кадр» створений для всіх поціновувачів фотографії України. В журналі будуть розміщені статті про секрети зйомки, поради щодо використання технічного обладнання для створення того чи іншого кадру, буде розміщена інформація про новинки у світі фототехніки, переваги та недоліки камер різних моделей, будуть розглядатися цікаві фільтри для об'єктивів. Також у виданні будуть інтерв'ю з відомими та оригінальними фотографами, розповідями про їхній життєвий шлях та про те як вони долали перешкоди, через що проходили. Це має допомогти фотографам зрозуміти, що усі люди у цій сфері, навіть

успішні, рано чи пізно проходять через складнощі. Проте подолавши ці складнощі у фотографа є можливість стати професіоналом своєї справи.

Таким чином, журнал про фотографію «Кадр» спрямований та навчання та розширення меж фотографів, сприяння розвитку їхнього творчого потенціалу, надання базових принципів для якісної та оригінальної зйомки. Журнал буде спрямований на допомогу як новачкам так і професіоналам, майстрам фотографічної справи, адже різноманітні способи для створення цікавих та неординарних кадрів цікаві усім. Зміст журналу «Кадр» створений у такий спосіб, щоб кожен фотомитець зміг знайти та виокремити для себе улюблену та корисну особисто для нього рубрику, адже тут будуть розміщуватись як обговорення проблем творців, так і огляд сучасної техніки і поради щодо купівлі того чи іншого обладнання. Важливим аспектом для того щоб зацікавити та привернути увагу людини до видання та в подальшому змотивувати її до покупки безсумнівно є вигляд журналу, його технічні особливості та дизайн, естетична та оригінальна обкладинка, яку помічають першою і виходячи з того наскільки красивою та інтригуючою вона є, приймають рішення щодо придбання цього друкованого видання. Тож наше видання буде яскраве, з гарними якісними фото. Адже якісна та яскрава фотографія здатна зацікавити та впасти в око читачеві, який орієнтується на цікавий візуальний контент, тому вона має бути яскравою, одразу запам'ятовуватися та будоражити уяву, створювати бажання заглянути всередину та дізнатись, що ж можна віднайти там, у наповненні журналу. Формат сторінок - А4, кількість сторінок складає 32 сторінки. Серед рубрик будуть як історичного характеру, спрямовані на вивчення шляху та розвитку фотографічної справи, наприклад рубрика «Миті історії». Проте оскільки журнал сучасний і розрахований на прогресивних читачів, журнал буде мати й рубрики, що розповідають про те якою фотографія є сьогодні. «Фотоательє» допоможе розібратися з незрозумілими термінами та секретами зйомок, а також зруйнувати міфи у голові фотографа і творити вільно, а рубрика "Гаджети" покаже за допомогою яких пристроїв, якого обладнання фотограф може втілити задумане у життя.

Варто не забувати ще й про те що популярність онлайн-версії видання завжди підвищує інтерес до його друкованого екземпляру, інтригує своїм продовженням та оформленням, особливо якщо зауважити на тому що контент, вузі ад не наповнення видання у електронному форматі повністю відрізняється від друкованої версії. Якщо матеріал не повторюється, а залишається оригінальним та несе інформативну функцію, допомагаючи та підтримуючи фотографів корисним матеріалом та естетикою фотоілюстрацій, він сприймається вже з більшою залученістю аудиторії.

Для зацікавлення читачів треба не тільки розуміти їхні інтереси та вподобання, але й вміти заставити хотіти придбати продукт, володіти ним. Це вказує на те що журнал повинен мати хорошу репутацію та авторитетність у сфері фотографії, бути виданням, якому довіряють і чий статус став брендом.

Тобто якщо люди будуть дивитись на видання не на як звичайний, черговий журнал який просто публікує картинки, які вони можуть побачити і на просторах Інтернету, при цьому не сплачуючи за це ні копійки, але як на річ володіння якою викликає певне відчуття гордості та причетності до великого, мотивація для покупки буде в рази більшою.

Отже, щоб зацікавити конкретний сегмент аудиторії, необхідно створити усі умови для утримання її інтересу, створювати дійсно якісну продукцію, транслуючи переваги вашого продукту та вигоди, яки отримає людина, показувати ваші цінності як українського видання, щоб завоювати авторитет та повагу серед читачів.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведених робіт можна зробити такі висновки:

1. У ході дослідження проаналізовано історію фотографії та шлях її становлення як окремого, самостійного виду інформування, поступове набуття її значимості та важливості на сторінках періодичних видань. Було виявлено проблематику фотографічної справи, яка потерпала від складнощів через технічну обмеженість і як наслідок неможливість зробити велику кількість якісних знімків, що могли б бути відібрані редакторами та потрапити у газету або журнал. Проте з появою 35 мм плівки та невеликих, зручних у повсякденному використанні камер, зокрема камери Leica, фотожурналістика почала швидко розвиватись та набирати обертів. Інформування у періодичних виданнях тільки за допомогою текстового наповнення почало зазнавати поразки, необхідний був новий інструмент для привернення уваги читачів та надання більшої глибини наданої інформації. На допомогу редакціям газет та журналів приходить фотографія, яка все частіше слугує додатком до статті, інформаційного блоку. Так 14 травня 1842 року світ побачив першу популярну ілюстровану газету під назвою «The illustrated London News», яка пізніше стала журналом. Її поява передбачена аналізом реагування читачів на фотоілюстрації та малюнки у газетах та журналах видавцем на ім'я Херберт Інграм. Він помітив,

що газети та журнали, які мають у своєму наповненні ілюстрації, продаються набагато краще ніж ті, що містять лише текстовий матеріал. Цей висновок і підштовхнув видавця до створення власної газети з великою кількістю фотоілюстрацій. Зрозумівши тенденцію популяризації використання знімків далі почали з'являтися й інші ілюстровані газети. Всього на рік пізніше, у 1843 році була створена газета «Llustration», яка була успішною та існувала до 1944 року.

Пізніше стали з'являться журнали, що досі мають світове визнання та популярність, назавжди увійшовши в історію завдяки розміщеним у них знімкам. Серед них можна виділити «Life», «Look», «Picture Post», «Münchner Illustrierte Presse», «The Journal of the Photographic Society». Таким чином фотографія увійшла у побут періодичних друкованих видань.

2. Досліджено фотографію як інструмент впливу на читача. Фотографія, на відміну від текстового наповнення, не створює абстрактний образ події та не намагається показати всю її трагічність або глибину, а безпосередньо показує її читачу. Показуючи саму подію, фотографія наповнює, залучає читача до емоційного переживання побаченого. занурення у атмосферу знімку. Емоції та відчуття найкраще закарбовуються у людській пам'яті та змушують його задуматись над побаченим, приділити йому вагу. До прикладу фотографії, що були зроблені американським фотожурналістом та представником документальної фотографії Юджином Смітом, впливали на читачів своєю глибиною, драмою та відображенням болі під час Другої світової війни. Його знамениті знімки друкувалися на сторінках всесвітньо відомого видання «Life Magazine», де він пропрацював до 1955 року.

Роботи Юджина Сміта підтверджують емоційне наповнення фотографій та їхню роль у сприйнятті суспільством навіть конкретних людей, лідерів. Так за допомогою свого репортажа фотожурналіст показав свою симпатію до американського політика, представника лейбористів Клемент Етлі. Всесвітньо відомий фотограф був впевнений що фотографія як така здатна не тільки розказати про події навколо, показати що відбувається, але й здатна змінити світ, змінивши відношення людей до висвітлюваних подій. З цього можна зробити

висновок, що фотографія не просто додаток до статті, вона сама по собі розповідає про подію та здатна вплинути на окрему людину, а в подальшому і на ціле суспільство, змінивши вектор його руху.

3. Фотоілюстрація стала невід'ємною частиною періодичного видання і є засобом технічно-художнього оформлення газети та журналу. Проте найсильнішого ефекту фотопублікації можна досягти за допомогою найкращого її розміщення, єдності текстового матеріалу та фотографії. Задля цього застосовують різні варіанти розміщення знімків, наприклад як поєднання фотографії з елементами тексту, цілу полосу знімків, тобто розміщення фоторепортажу на сторінках видання. Часто такі фотопублікації розміщують на окремих розворотах, роблячи їх автономними і у такий спосіб підкреслюють важливість їх інформаційного значення, самостійність. Загалом існують різні способи розміщення фотоілюстрацій, таких як розміщення маленьких розмірів, невеличкі ілюстративні вставки, як наприклад маленький портрет колумніста, який веде конкретну рубрику. Інформаційні фотографії - які слугують помічником основного тексту, статті. До таких публікацій належать фотонариси, фоторепортажі, матеріали автора з його фотонотатником.

Вагому роль у журналі займаються рекламні зображення, які теж частіше за все розміщується на цілій сторінці або ж навіть на розвороті і рекламують певний продукт, послугу або речі. Якщо ж на газетній шпальті компонують одразу декілька фотографій, як правило виділяють одну головну фотографію та роблять її за розміром більшою, дець у два рази. За розміщенням вона має бути центральною та помітною одразу. Щодо фотографій, головна задача яких полягає у тому щоб ілюструвати текст, такі фотографії розташовують над або під заголовком статті. Популярним у сучасній практиці є прийом розподілу невеликих фотографій по всьому текстовому блоку, створюючи ілюзію обтікання знімками текстового наповнення. Ефект такого прийому можна посилити якщо прибрати фон на знімку і залишити лише зображення об'єкту або портрет людини.



З розвитком комп'ютерних технологій з'явилися й інші прийоми подачі зображень. Зараз є популярним розміщення фотографій під кутом, накладення тексту на фотографію, вмонтування фотографії у текст або літеру. Самі ж розміри фотоілюстрацій підпорядковуються загальному стилю оформлення видання і розміщуються з урахуванням формату колонок. Отже розміщення фотографій у газетах та журналах стало дуже різноманітним та має багато простору для фантазії та прояву творчого задуму.

4. Розроблено власний журнал про фотографію який має назву «Кадр». Журнал орієнтується на фотолюбителів та професіоналів фотографічної справи, а також на тих людей, чиї інтереси так чи інакше пов'язані з фотомистецтвом, кого цікавлять секрети створення знімків та порадами щодо прокачки власних творчих можливостей. Тобто аудиторія у такого видання є доволі широкою та неодноманітною, адже фотографією зараз займаються навіть ті хто фотографує на телефон. Це стало можливим завдяки технологічному розвитку та покращення сучасних смартфонів, їхніх ресурсів для створення більш якісних, порівняно зі старими моделями, знімків. Журнал включає у себе статті з поясненням різних принципів роботи фотографа, таких як особливості роботи зі штучним світлом у студії, особливостями проведення групових зйомок, секретами редагування фотографій у різних створених для цього програмах, таких як: «Photoshop», «Capture One», «Lightroom», «Affinity Photo» та інших. Тобто у журналі можна буде знайти корисні інформаційні матеріали як для любителів мобільної зйомки, так і для тих хто знімає на камеру.

Окремим розділом у кожному випуску буде обговорюватись та висвітлюватись проблематика роботи фотографа, складнощі, з якими зіштовхуються представники творчих професій. Проблема вигорання, страхів у творчості, переживань творців та самообмеження через страх нерозуміння або несприйняття вашої творчості аудиторією теж буде обговорюватись. Також журнал буде включати у свої матеріали цікаві інтерв'ю з професіоналами фотографії, їхніми порадами щодо зйомок та секретами своєї роботи. Матеріалам

даного видання властива емоційність та зв'язок з аудиторією, орієнтованість на спільні інтереси.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ворон Н.И. Жанры фотожурналистики Учеб. пособие для вузов по специальности «Журналистика». Москва: Издательство МГУ, 2012. — 145 с.
2. Зикун Н. І. Особливості ілюстрування друкованих видань в епоху посилення зображальності журналістики. Ефективність прес-фотографії. Київ: КіМУ, 2014. С. 5–42.
3. Зикун Н. І. Формування сучасного інформаційного простору: медіаосвітній аспект. Засоби масової комунікації: формування інформаційного суспільства: колективна монографія. Київ: КіМУ, 2010. С.155–187.
4. Зонтаг, С. Когда мы смотрим на боль других. Индекс/Досье на цензуру. — 2005. — № 22.
5. Лапин А.И. «Фотография как...» (второе издание) Издательство Treemedia. 2003—2015 гг.
6. Максимишин Сергей «Сергей Максимишин. 100 фотографий»,. Москва. Издатель: Галерея Печати, 2015 г. с. 360
7. Трачун, Александр Иосифович. Современная фотоаппаратура. Київ: Техніка, 1988 . 240 с.
8. Трачун А. И. Зеркальный фотоапарат как система. Москва: Искусство, 1986 . — 156 с.
9. Трачун А.И. История украинской фотографии XIX–XXI века. — Київ: Балтія-Друк, 2014. — 256 с.
10. Трачун, О. Й. Фотографія в Україні. 1839–2010. — Київ: Балтія-Друк, 2010. с. - 216

11. Черняков Б. И. Фотография в изобразительной журналистике: генезис технических и творческих возможностей / Институт системных исследований образования. Київ: ВИПОЛ, 1996. – 119 с.
12. Черняков Б. І. Зображальна журналістика як предмет і як об'єкт журналістикознавчого дослідження: Монографія / Київ. ун-т імені Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – Київ.: Центр вільної преси, 1998. – 79 с.
13. Шаповал Ю. Г. Изображение и слово в журналистике. – Львов: «Вища школа», 1985. – 151 с.
14. Шаповал Ю. Г. Фотопубліцистика в періодичній пресі. – Львів: «Вища школа», 1977. – 95 с.
15. «The Journal of the Photographic Society» Hugh W. Diamond (ed.). p. 1859
16. Eisenstaedt on Eisenstaedt: A Self-Portrait Hardcover – February 1, 1985 — p. 120
17. Hudson, Berkley (2009). Sterling, Christopher H. (ed.). Encyclopedia of Journalism. Thousand Oaks, CA: SAGE. P. 1060–1067.
18. LIFE 75 Years: The Very Best of LIFE (2011) Editors of Life (ed.). 224 pages
19. Loengard, John (1998). Life photographers : what they saw. Boston, Mass.: Little, Brown. p. 13
20. Nieman Reports (1998) Robert, H. Phelps (ed.). Photojournalism dead? It's just changing with times. Manchester, p. 88
21. Sokalska A. Photo illustration as an important element of the design of newspapers and magazines //POLIT. Challenges of science today. Kyiv: National aviation university, 2021. p. 356
- Електронні ресурси**
22. Архив журнала "Огонек"  
URL:<https://sites.google.com/site/zurnalysssr/home/ogoneek>
23. Дондюк Максим, ФОТОВИСТАВКА "ІЛОВАЙСЬК". Зал Атріум, Національний музей Тараса Шевченка  
URL:<http://journal.foto.ua/sobitiya/afisha/fotovistavka-ilovajsk-zal-atrimum-nacionalnij-muzej-tarasa-shevchenka.html>
24. Иллюстрированные журналы и фотожурналистика URL:  
<https://spbsj.ru/articles/illiustrirovannyye-zhurnaly> (дата звернення: 04.04.2021).
25. Ляпін Олександр, Виставка "Український лікувальник" URL:  
<http://journal.foto.ua/gallery/ukra%dl%97nskiy-likuvalnik-aleksandra-lyapina.html> (дата звернення: 07.04.2021).
26. Почхуа Ладос Война и мир Юджина Смит: Как документалист изменил фотожурналистику. URL:  
[https://birdinflight.com/ru/pochemu\\_eto\\_shedevr/20210507-vojna-i-mir-yudzhina-smita.html](https://birdinflight.com/ru/pochemu_eto_shedevr/20210507-vojna-i-mir-yudzhina-smita.html) (дата звернення: 09.04.2021).

27. Радянська фотографія: пропаганда і сміливий експеримент URL:  
<https://www.bbc.com/ukrainian/vert-cul-46882907> (дата звернення: 11.04.2021).
28. Сайт журналу про фотографію "GUP" URL:<https://gupmagazine.com/about/>  
 (дата звернення 10.04.2021)
29. Стаття «Роль і місце фотографії на сторінках газети»: // URL:  
[https://studbooks.net/535394/zhurnalistika/rol\\_mesto\\_fotografii\\_stranitsah\\_gazety](https://studbooks.net/535394/zhurnalistika/rol_mesto_fotografii_stranitsah_gazety)  
 (дата звернення: 13.04.2021).
30. Фотоархів журналу «Life». URL: <http://images.google.com/hosted/life> (дата  
 звернення: 14.04.2021).
31. ФОТОВИДАННЯ ЯК ТВІР ХУДОЖНЬОГО МИСТЕЦТВА. URL:  
<http://pvs.uad.lviv.ua/static/media/13/28.pdf> (дата звернення: 17.04.2021).
32. Фотопроект «Українська фотографія» URL: <http://photography.in.ua/proekt-ukrayinska-fotografiya/> (дата звернення 19.04.2021).
33. Berliner Illustirte Zeitung URL:  
<https://de-academic.com/dic.nsf/dewiki/159398> (дата звернення: 22.04.2021).
34. How to Market a Magazine URL: <https://smallbusiness.chron.com/market-magazine-60616.html> (дата звернення: 25.04.2021).
- International Center of Photography URL:  
<https://www.icp.org/browse/archive/constituents/erich-salomon?all/all/all/all/0> (дата  
 звернення: 29.04.2021).
35. Newsweek URL:  
[https://www.bbc.com/russian/business/2012/10/121018\\_newsweek\\_goes\\_online\\_only](https://www.bbc.com/russian/business/2012/10/121018_newsweek_goes_online_only)  
 у (дата звернення: 30.04.2021).
36. Photography Magazines You Should Read in 2021 URL:  
<https://expertphotography.com/best-photography-magazines/>
37. Photojournalism URL:  
<https://en.wikipedia.org/wiki/Photojournalism> (дата звернення: 01.05.2021).
38. The British Newspaper archive URL:  
<https://www.britishnewspaperarchive.co.uk/titles/illustrated-london-news> (дата  
 звернення: 03.05.2021).
39. The Illustrated London News URL:  
<https://www.pinterest.com.au/downing0062/the-illustrated-london-news/> (дата  
 звернення: 05.05.2021).
40. «The journal of the photographic society of London» URL:  
<https://books.google.com.ua/books?id=XoY4AQAAMAAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false> (дата звернення: 07.05.2021).

## ДОДАТКИ

### **Додаток А**

Обкладинка журналу «The Illustrated London News»



# THE ILLUSTRATED LONDON NEWS

REGISTERED AT THE GENERAL POST-OFFICE FOR TRANSMISSION ABROAD.

No. 2789.—VOL. CL.

SATURDAY, OCTOBER 1, 1892.

TWO SIXPENCE.  
WHOLE SHEETS 1 By Post, 6d.



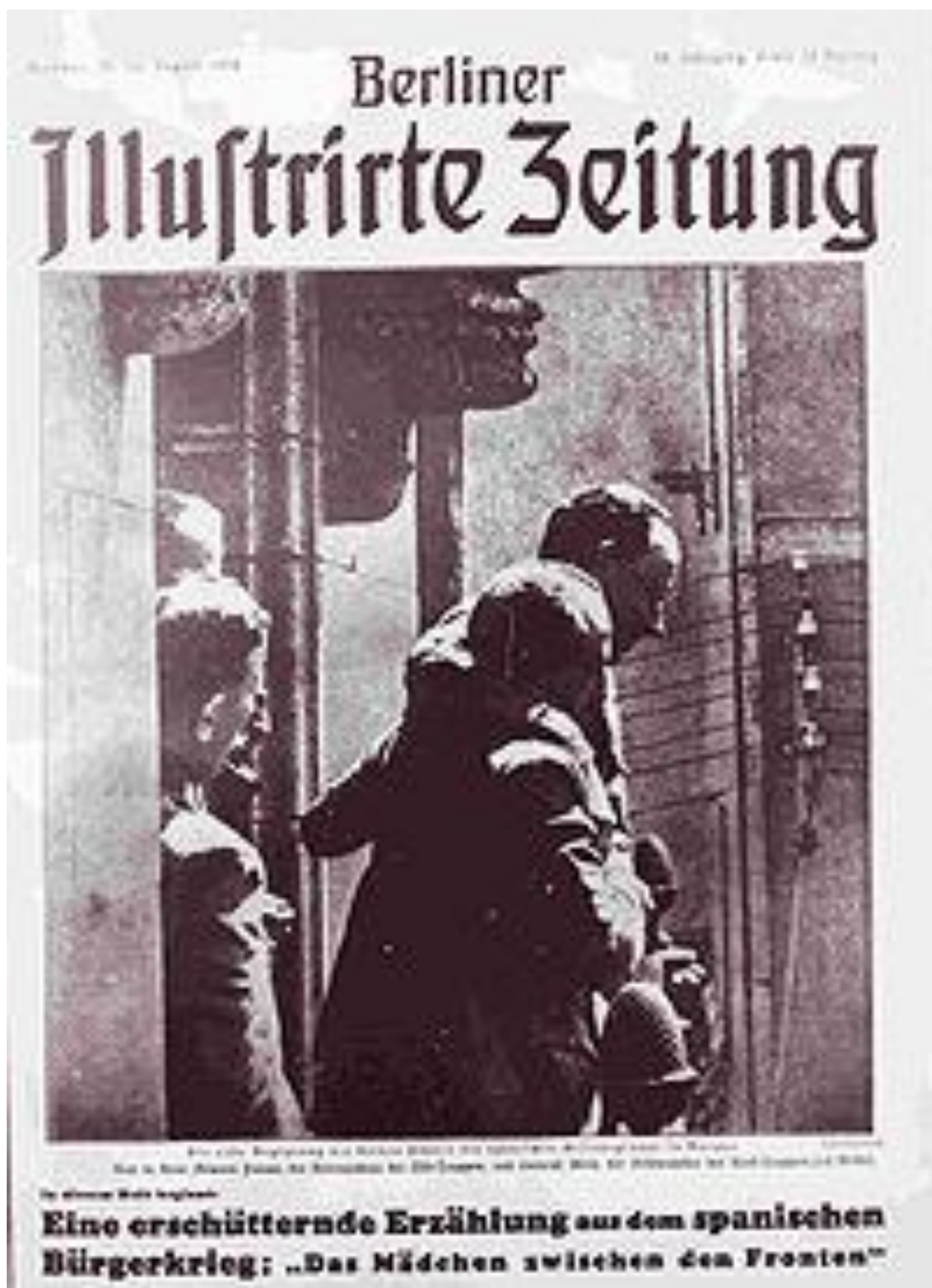
"HADDON HALL," SIR ARTHUR SULLIVAN'S NEW OPERA AT THE SAVOY THEATRE: THE FLIGHT OF DOROTHY VERNON.

[41]

Додаток Б

Обкладинка журналу «Berliner Illustrirte Zeitung»

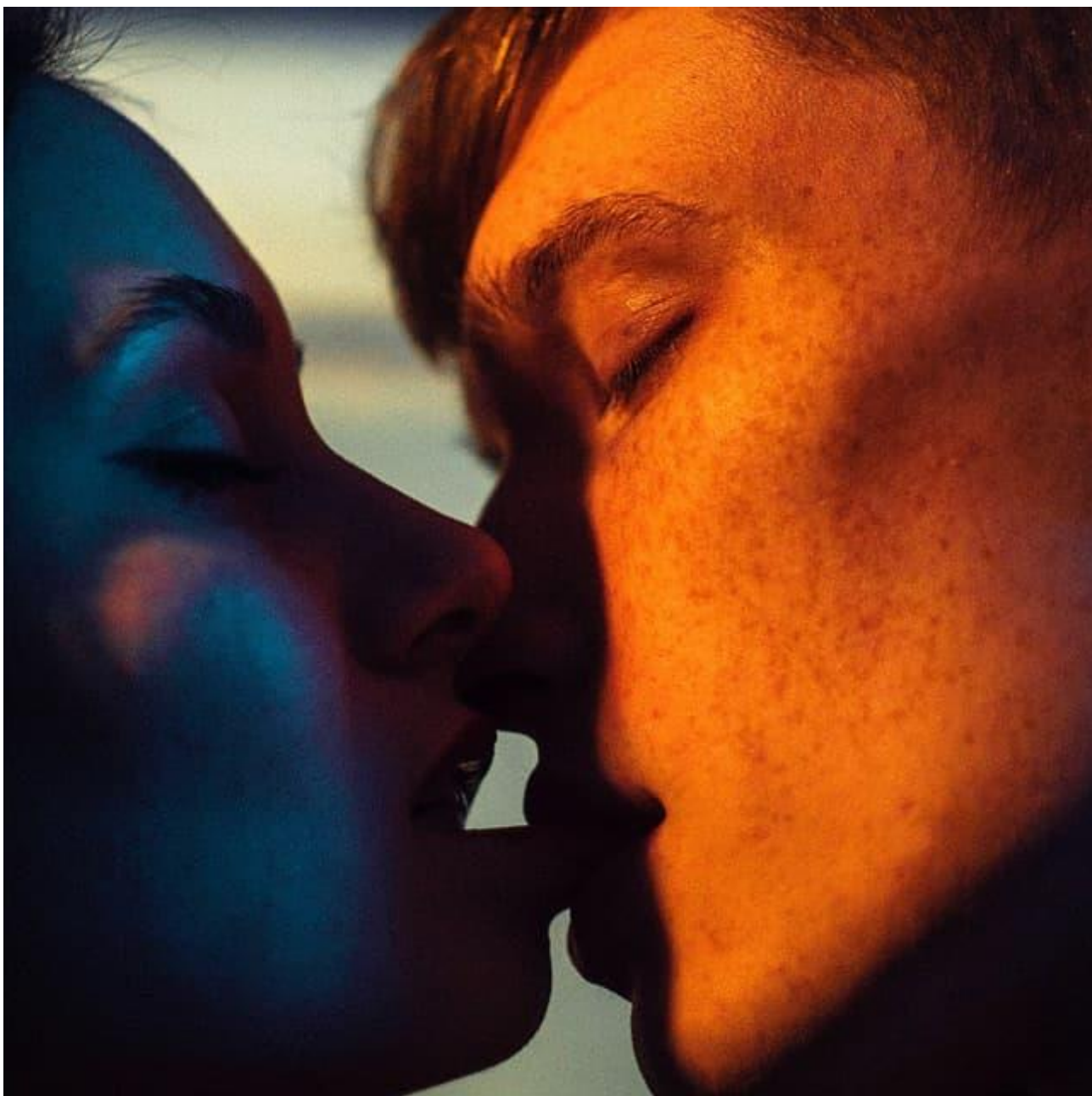




[35]

Додаток В

Фотографія «Поцілунок»



Розроблено автором